УДК 658.012, 65.012.32, 658.3.
Катиш Т.В.[1], Ломтєва О.А.[2]
[1] доц. НУ «Запорізька політехніка»
[2] студ. гр. БАД-535 НУ «Запорізька політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКИ ІНДУСТРІЇ МОДИ

Т.В. Катиш, О.А. Ломтєва

Попри те, що перший офіційний Український тиждень моди відбувся наприкінці XX ст., лексичний фонд сучасної індустрії моди формувався протягом століть, беручи початок від індоєвропейського періоду. Звісно, науковці на ранньому етапі не виділяли для нього окремого лексичного поля або тематичної групи, а розподіляли лексеми за характерними для тих часів тематичними групами.

Мета роботи полягає в дослідженні особливостей лексики індустрії моди. Лексичний склад модної індустрії досліджували такі мовознавці: Н. Камінська, Ю. Легенький, Л. Ткаченко, Т. Ніколаєва.

Основну частину лексичного складу становить тематична група «специфічні поняття індустрії моди»: *спільний показ, топ-модель зі світовим іменем, обличчя колекції, лук* тощо. У цій тематичній групі помітне вживання фемінітивів, кількість яких іноді перевищує форми чоловічого роду: *креативна директорка* і *креативний директор*, *майстер* і *майстриня.* Окрім лінгвістичної значущості, помітна й соціологічна.

Більшу частину лексики становлять запозичення з англійської мови, утворені транслітерацією або калькуванням: *бренд* (англ. *brand*), *лого* (англ. *logo*), *мудборд* (англ. *mood board*), *модна мапа* (англ. *fashion map*), *фешн-вік* (англ. *Fashion Week*); також маємо більш давні запозичення із французької: *модель (*фр. *modèle*), *кутюрна колекція* (фр. *haute couture*), *вінтажний магазин* (фр. *vintage*).

Наявні запозичення, що належать до групи неологізмів, проте вони добре асимілювалися в українській мові, розвинувши категорії числа, роду і відмінка: *фешн-інфлюенсерка* (англ. *fashion influencer*). Варто й виокремити дублетні форми слів: *тиждень моди* і *фешн-вік*, *бренд* і *марка* (або *fashion бренд*, *модний бренд*), *дизайнер* і *креативний директор* тощо. Більшість лексичних елементів не є кодифікованими і потребують уточнення лексичного значення.

Отже, в українському мовознавстві широко репрезентована лексична група на позначення понять індустрії моди, основну частину якої становить тематична група «специфічні поняття індустрії моди». У досліджуваній галузі найбільш численною групою є запозичення з англійської та французької мов.